

I consumatori tra regole e mercato

La concorrenza non potrà dare i suoi frutti senza il loro coinvolgimento, ma servono tutele. Seminario Ue a Firenze

di Luca tabasso



Un momento del seminario

Roma, 17 febbraio - Se all'inizio del processo di apertura dei mercati energetici europei ai regolatori fu assegnato il compito di stimolare la concorrenza, dopo il 2000 ci si rese conto che non esiste vera liberalizzazione senza un'adeguata tutela dei consumatori. Di conseguenza, in molti Paesi le autorità hanno assunto il compito di salvaguardare gli utenti, trovandosi però nella scomoda posizione di dover mediare tra istanze spesso divergenti.

Il tema, riassunto dal professor **Giulio Napolitano** dell'Università Roma 3, è stato al centro del seminario "Consumer Protection in Europe", organizzato dalla Florence School of Regulation - Istituto Universitario Europeo (Eui) in collaborazione con Acquirente Unico ieri a Firenze. Per una coincidenza proprio nel giorno in cui il regolatore britannico Ofgem avviava una dura campagna contro i fornitori elettrici del Paese, i cosiddetti "big six" (Edf, E.ON, British Gas, Sse, Scottish Power e Npower), minacciando l'introduzione di un tetto tariffario qualora le offerte per i consumatori non vengano immediatamente semplificate e rese più convenienti.

L'intervento del regolatore del Regno Unito, il Paese che per primo in Europa ha avviato la liberalizzazione dei mercati energetici, segue di 4 mesi esatti la presentazione da parte di Ofgem di una proposta mirata a semplificare la giungla tariffaria, che "con oltre 400 offerte confonde i consumatori e frena lo sviluppo della concorrenza" (QE 17/10/11). In base alla proposta, ha spiegato all'incontro fiorentino il rappresentante di Ofgem, **Sarah Harrison**, sarà il regolatore a definire le varie tipologie di offerte tariffarie, che saranno così più semplici e trasparenti e, soprattutto, perfettamente comparabili.

Sulla semplicità e comparabilità delle offerte ha insistito anche il presidente della Fondazione per il Consumo Sostenibile, **Paolo Landi**, e gli stessi rappresentanti di alcune grandi aziende energetiche operanti in Italia presenti al seminario, che hanno chiesto ai regolatori un maggiore impegno per aiutare i consumatori a districarsi dal ginepraio delle offerte.

I rappresentanti dell'**Autorità per l'Energia** italiana hanno rilevato per parte loro che la regolazione deve passare a una nuova fase, basata sulla conoscenza e la consapevolezza dei cittadini. Nondimeno, il passaggio non deve avvenire in una prospettiva paternalistica con un approccio "top-down", ma con il contributo attivo dei consumatori e delle loro associazioni.

L'obiettivo dei regolatori, insomma, deve essere adesso il coinvolgimento dei consumatori, che come evidenziato da **Catherine Waddams** della University of East Anglia e da **Fabiana Di Porto** dell'Università del Salento sono ancora restii a sfruttare le opportunità del mercato libero. La Waddams ha rilevato infatti che i clienti domestici sono "confusi" rispetto alle offerte dei fornitori, con conseguente perdita di denaro e occasioni favorevoli, mentre la Di Porto ha calcolato che nella Ue soltanto una media del 10% dei consumatori ha deciso di lasciare le tariffe regolate.

A giudizio dell'ex presidente dell'Autorità per l'Energia italiana e presidente onorario di Medreg, **Alessandro Ortis**, anche una quota del 10% di clienti passati al mercato libero è comunque un segnale importante, capace di esercitare una pressione sui fornitori e spingerli così a fare ogni sforzo per "corteggiare" i consumatori.

Quanto alla fissazione di offerte standard da parte del regolatore, Ortis ritiene che tale strumento sia una interessante possibilità mediana tra il mercato regolato e quello libero, in grado di indurre i consumatori più restii a compiere il primo passo in direzione della concorrenza. E' però di fondamentale importanza una corretta informazione energetica, che dovrebbe iniziare nelle scuole attraverso programmi di formazione di lungo-termine.

Un altro efficace mezzo per favorire il coinvolgimento dei consumatori è l'aggregazione della domanda, come accade in Italia con l'attività dell'Acquirente Unico. Quest'ultimo, ha affermato l'amministratore delegato **Paolo Vigevano** in un messaggio inviato al seminario, ha permesso di salvaguardare l'interesse dei consumatori in un sistema ancora caratterizzato da aziende verticalmente integrate, tanto che qualcuno propone un modello simile in altri mercati (ad esempio nei carburanti). I piccoli clienti possono inoltre aggregarsi spontaneamente in consorzi oppure organizzare iniziative come quella di Amburgo, citata da **Hans-Wolfgang Micklitz** dell'Eui, dove i consumatori si sono uniti per un cambio di fornitore di gruppo. Analogamente, le associazioni britanniche Which? e 38 Degrees hanno lanciato la settimana scorsa, con il sostegno di Ofgem, il piano "The Big Switch" per la ricerca del fornitore che garantirà le migliori condizioni al gruppo di consumatori che vi aderirà.

La nuova frontiera è tuttavia costituita dalle nuove tecnologie (reti e contatori intelligenti), che, ha sottolineato **Manuel Sanchez** della DG Energia della Commissione Ue, consentiranno ai consumatori di interagire costantemente con i fornitori e di sfruttare i servizi innovativi per il risparmio energetico e la possibilità di divenire produttori da fonti rinnovabili.

Il successo delle "smart technology", ha però avvertito **Roel Kaljee** di Eurelectric, è legato allo sviluppo di un modello di mercato che chiarisca i ruoli e le responsabilità, nonché le interazioni, tra i fornitori e i distributori.

Più in generale, ha concluso Ortis, "le tecnologie intelligenti necessitano di una regolazione intelligente".

[17/02/2012]

TUTTI I DIRITTI RISERVATI. E' VIETATA LA DIFFUSIONE E RIPRODUZIONE
TOTALE O PARZIALE IN QUALUNQUE FORMATO.
www.quotidianoenergia.it